

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KENAIKAN TARIF OJEK DARING DI INDONESIA TAHUN 2022



Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)

Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur

Email: rised@rised.or.id

Website: <http://rised.or.id>

2022

RINGKASAN EKSEKUTIF

- Apabila tarif ojek daring tetap naik sesuai Kepmenhub No. 564/2022, maka 53,3% responden menyatakan akan kembali menggunakan kendaraan pribadi.
- 73,8% responden pengguna ojek daring ingin kebijakan tarif minimum ini dikaji ulang karena kerelaan membayar atau *willingness to pay* yang relatif lebih rendah daripada kenaikan tarif.
- Dari 73,8% responden yang ingin kebijakan tarif minimum dikaji ulang, 68%-nya merupakan kelompok masyarakat menengah ke bawah. Berdasarkan zona wilayah, mayoritas kelompok menengah ke bawah tersebut (58%) berdomisili di zona II (Jabodetabek).
- Jika diklasifikasi per zona wilayah, penolakan tertinggi terdapat di zona II (Jabodetabek) dengan tingkat penolakan sebesar 76,97%. Di zona I, tingkat penolakan sebesar 69,19% dan di zona III sebesar 68,18%.
- Responden hanya bersedia memberikan tambahan biaya maksimum sebesar Rp 1.500 per hari atau sekitar 4% dari total pengeluaran ojek daring saat ini. Jika diklasifikasi per zona wilayah, *willingness to pay* biaya tambahan untuk zona I adalah 5% dari pengeluaran saat ini, zona II adalah 4% dan zona III adalah 4,5%. Dari ketiga zona tersebut dapat dilihat bahwa zona II memiliki tingkat *willingness to pay* untuk biaya tambahan ojek daring yang paling rendah.
- Sebanyak 58,8% responden tidak setuju dengan adanya kenaikan batas tarif per kilometer dan tarif minimum yang mencapai 30%-60% mengacu pada Kepmenhub Nomor 564 Tahun 2022. Mayoritas yang tidak setuju berpendapat bahwa kebijakan tarif baru dari pemerintah terlalu mahal (39%), batasan tarif per zona tidak mencerminkan daya beli masyarakat di masing-masing wilayah (21%), dan kebijakan tarif dari aplikasi saat ini sudah sesuai (20%).
- Sebanyak 57,10% responden mengatakan bahwa menggunakan jasa ojek daring dapat menghemat pengeluaran untuk transportasi.
- Rata-rata pengeluaran responden untuk jasa ojek daring adalah sebesar Rp 24.000/hari.

- Dengan menggunakan jasa ojek daring, responden dapat menghemat rata-rata sebesar Rp 11.200/hari atau sekitar 31% dari total pengeluaran transportasi jika tidak menggunakan jasa ojek daring.
- Sebanyak 56,2% responden yang mengalami penghematan biaya transportasi menggunakan dana penghematan tersebut untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas makanan yang dikonsumsi, sedangkan 24,7% lainnya mengalokasikan dana penghematan tersebut untuk ditabung.
- Studi dilakukan pada 19 hingga 22 Agustus 2022 dengan melibatkan 1.000 responden yang dihimpun melalui survei daring. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi ojek daring dalam satu bulan terakhir.
- Survei dilakukan di 9 wilayah yaitu Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Malang, Medan, Palembang, serta Makassar yang mewakili ketiga zona yang diatur di dalam Kepmenhub No. 564/2022.
- Nilai *margin of error* survei berada di kisaran 1,03%.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
PENDAHULUAN.....	5
METODE PENELITIAN	7
2.1. Deskriptif Analisis	7
2.2. Pengumpulan Data.....	7
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	8
3.1 Karakteristik Konsumen Ojek Daring	8
3.2.1 Intensitas Penggunaan Jasa Layanan Ojek Daring/ Online.....	10
3.2.2. Alasan Penggunaan Jasa Ojek Daring/Online	13
3.2.3. Rata-rata Jarak Tempuh dan Penghematan Pengeluaran untuk Ojek Online	15
3.3. Peran Jasa Transportasi Daring Sebagai Pembantu (<i>Feeder</i>) Transportasi Umum	17
3.4. Dampak Peningkatan Tarif Layanan Ojek Daring terhadap Persepsi Konsumen Ojek Daring	18
3.4.1. Respon Konsumen terhadap Aturan Tarif Minimum	18
3.4.2. Tambahan Biaya yang Bersedia Dibayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	19

PENDAHULUAN

Layanan ojek daring menjadi salah satu sumber yang memiliki kontribusi besar terhadap ekonomi yang tidak sedikit dalam tiga tahun terakhir. Penelitian Lembaga Demografi FEB Universitas Indonesia (LD-FEB UI) menegaskan bahwa salah satu perusahaan aplikasi penyedia jasa layanan ojek daring, yaitu Gojek, dengan seluruh layanan yang disediakan mampu berkontribusi sebesar Rp 249 triliun atau sekitar 1,6% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2021.

Selama masa pandemi COVID-19 perekonomian dunia mengalami penurunan kinerja, tak terkecuali Indonesia. Dalam dua tahun terakhir, Indonesia mengalami resesi, peningkatan jumlah pengangguran, hingga peningkatan jumlah penduduk miskin. Tidak sedikit industri di sektor formal yang mengalami penurunan kinerja hingga harus melakukan banyak pemutusan hubungan kerja kepada karyawannya. Di sisi lain, adanya pembatasan mobilitas masyarakat yang mengharuskan masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah menyebabkan sektor informal, termasuk permintaan terhadap jasa transportasi relatif turun. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi perusahaan aplikasi terhadap perekonomian selama masa pandemi ditopang oleh layanan pesan-antar makanan (LD-FEB UI, 2021). Padahal, layanan ojek daring menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan pada masa sebelum pandemi COVID-19. Ini mengindikasikan bahwa layanan ojek daring berpotensi meningkatkan kontribusi positif terhadap perekonomian.

Layanan ojek daring banyak digunakan karena tarif perjalanan yang relatif terjangkau (RISED, 2019). Namun, pada tanggal 4 Agustus 2022, Kementerian Perhubungan mengeluarkan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 564 Tahun 2022 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan Dengan Aplikasi yang bertujuan untuk menaikkan tarif per kilometer dan tarif minimum jasa layanan ojek daring. Adanya aturan ini adalah untuk mengganti Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 348 Tahun 2019 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan Dengan Aplikasi yang telah menentukan tarif minimum. Dengan demikian, pemerintah telah dua kali melakukan upaya meningkatkan tarif minimum jasa layanan ojek daring.

Adapun batasan tarif baru berdasarkan Kepmen 564/2022 yang ditetapkan di tiga zona, yaitu:

- a. Tarif di zona 1, yaitu Pulau Jawa (non-Jabodetabek), Sumatera, dan Bali adalah sebesar Rp 1.850 – Rp 2.300/km, dengan tarif minimal Rp 9.250 – Rp 11.500/km untuk 4 km ke bawah.
- b. Tarif di zona II, yaitu Jabodetabek adalah sebesar Rp2.600 – Rp 2.700/km, dengan tarif minimal Rp 13.000 – Rp 13.500/km untuk 4 km ke bawah.
- c. Tarif di zona III, yaitu wilayah lainnya adalah sebesar Rp2.100 – Rp 2.600/km, dengan tarif minimal Rp 10.500 – Rp 13.000/km untuk 4 km ke bawah.

Adanya kenaikan batas biaya per kilometer dan tarif minimum transportasi tersebut diprediksi dapat mengurangi konsumen ojek daring sehingga membatasi manfaat perusahaan layanan ojek daring terhadap perekonomian. Maka dari itu, Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) bertujuan melakukan survei konsumen layanan ojek daring untuk meneliti tentang tiga hal, yaitu:

1. Menggambarkan sebaran konsumen layanan transportasi daring berdasarkan latar belakang status ekonomi.
2. Mengevaluasi dampak layanan transportasi daring terhadap mobilitas dan efisiensi transportasi.
3. Mengestimasi dampak adanya peraturan batasan tarif terhadap konsumsi layanan transportasi daring.

Studi dilakukan dengan melibatkan 1.000 responden yang dihimpun melalui survei daring. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi ojek daring dalam satu bulan terakhir. Responden survei adalah 48,40% laki-laki dan 51,60% perempuan dengan rentang usia 15-64 tahun. Survei dilakukan di 9 wilayah yaitu Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Malang, Medan, Palembang, serta Makassar. Adapun nilai *margin of error* sekitar 1,03 persen.

METODE PENELITIAN

2.1. Deskriptif Analisis

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, dimana menurut Nazir (2003:54) metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Selain itu, menurut Sugiono (2009: 29) pengertian dari metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data ataupun sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Deskriptif analitis juga mengambil masalah atau mesusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, kemudian hasil penelitian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan dari analisis tersebut.

2.2. Pengumpulan Data

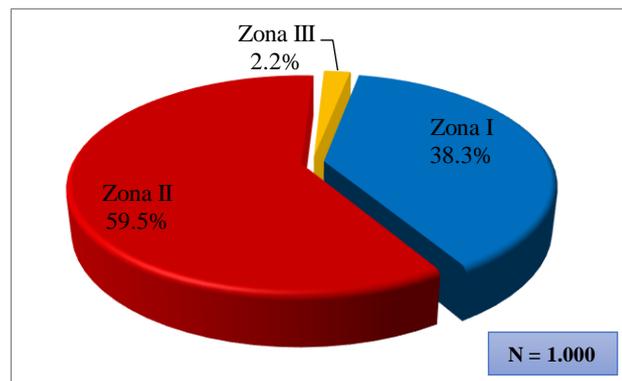
Penelitian ini dilakukan pada 19 - 22 Agustus 2022 dengan melakukan survey online terhadap 1.000 konsumen ojek online di Indonesia. Daerah-daerah yang tersampel dalam penelitian ini terdiri dari beberapa provinsi di Indonesia, seperti Jawa Barat; DKI Jakarta; Banten; Jawa Timur; Sumatera Utara; DI Yogyakarta; Jawa Tengah; Sulawesi Selatan dan Sumatera Selatan. Adapun, survei akan difokuskan pada 9 wilayah di Indonesia yang mewakili tiga zona sesuai dengan Kepmenhub No. 594 Tahun 2022. Daerah-daerah tersebut antara lain, Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Malang, Medan, Palembang, serta Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Konsumen Ojek Daring

Secara umum, pelaksanaan kegiatan survei konsumen ojek daring ini mencakup 1.000 responden konsumen ojek daring yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia. Adapun, dari 1.000 konsumen ojek daring tersebut, mayoritas konsumen ojek daring berasal atau bertempat tinggal di Zona II (Jabodetabek) yang mencapai 595 konsumen atau sekitar 59,5 persen, dengan konsumen/responden terbanyak di Kota Jakarta (29,1 persen). Selanjutnya, Zona dengan jumlah konsumen/responden terbanyak kedua adalah Zona I (Pulau Jawa (non-Jabodetabek), Sumatera, dan Bali, dengan konsumen/responden terbanyak di Kota Surabaya (8,2 persen). Sementara itu untuk Zona III (wilayah lainnya) mencapai 22 konsumen atau sekitar 2,2 persen yang berasal dari Kota Makasar.

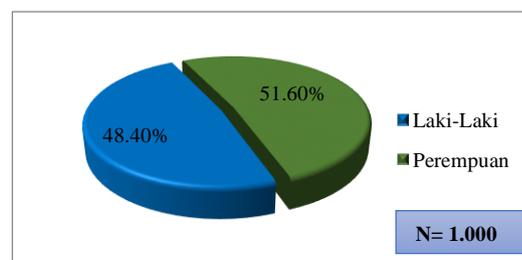
Gambar 3.1 Distribusi Responden Survei



Sumber: Peneliti, 2022

Dari 1.000 responden yang disurvei tersebut, sebanyak 484 responden atau sekitar 48,40% diantaranya merupakan responden berjenis kelamin laki-laki, sementara sebanyak 516 responden atau sekitar 51,60 persen sisanya berjenis kelamin perempuan.

Gambar 3.2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

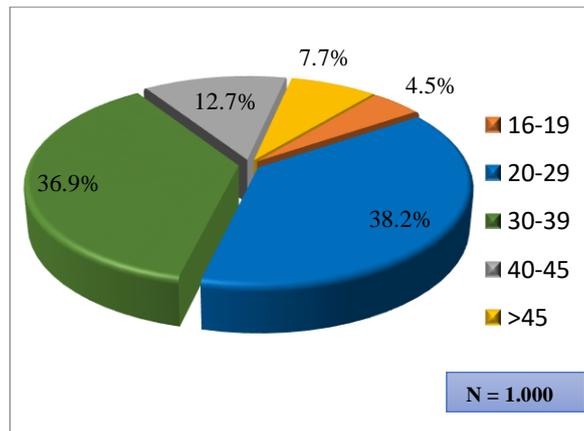


Sumber: Peneliti, 2022

Sementara itu, apabila dilihat dari kelompok umur, mereka yang disurvei mayoritas

berada di rentang usia 20-29 tahun, yaitu sebanyak 382 responden (38,2 persen); diikuti oleh rentang usia 30-39 tahun sebanyak 369 responden (36,9 persen); dan 40-45 tahun sebanyak 127 responden (12,7 persen); >45 tahun sebanyak 77 responden (7,7 persen) dan rentang usia 16-19 tahun sebanyak 45 responden (4,5 persen).

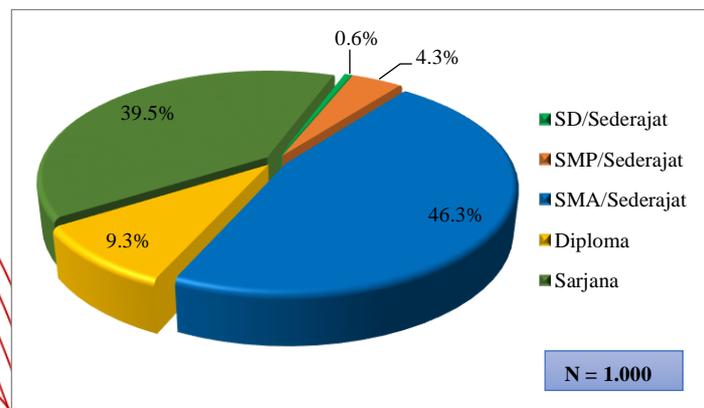
Gambar 3.3. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia



Sumber: Peneliti, 2022

Lebih lanjut, dari 1.000 responden yang disurvei, mayoritas berlatar pendidikan SMA sederajat sebanyak 463 responden (46,3 persen); diikuti responden dengan latar belakang pendidikan Sarjana sebanyak 395 responden (39,5 persen); Diploma sebanyak 93 responden (9,3 persen); SMP sederajat sebanyak 43 responden (4,3 persen); dan SD sederajat sebanyak 6 responden (0,6 persen).

Gambar 3.4. Distribusi Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan



Sumber: Peneliti, 2022

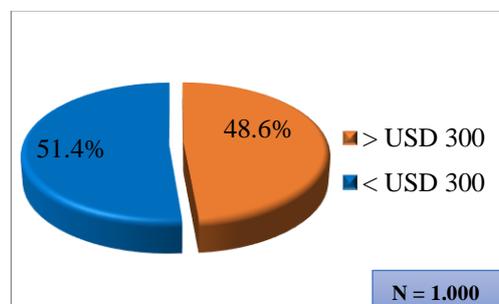
Dilihat dari kelompok pendapatannya, secara umum klasifikasi kelompok

pendapatan yang dibuat oleh *Asian Development Bank* (ADB), mendefinisikan kelompok menengah sebagai kelompok masyarakat yang memiliki pengeluaran berkisar antara US\$ 2 atau Rp 28.000/hari – US\$ 20 atau Rp 280.000/hari (ADB, 2010). Berdasarkan klasifikasi tersebut, peneliti kemudian membuat kategori kelompok pendapatan sebagai berikut:

- a. **Dibawah** US\$ 40 atau Rp 560.000/bulan termasuk kelompok berpendapatan rendah (*Lower*)
- b. US\$ 40 atau Rp 560.000 – US\$ 300 Rp 4.200.000 termasuk kelompok pendapatan menengah (*Middle*)
- c. **Diatas** US\$ 300 atau Rp 4.200.000 termasuk kelompok berpendapatan tinggi (*Upper*).

Dengan definisi klasifikasi kelompok pendapatan seperti di atas, hasil survei menunjukkan bahwa konsumen ojek daring didominasi kelompok kelas menengah kebawah (<300 USD) sebesar 51,4 persen. Sementara itu, sisanya sebesar 48,6 persen berasal dari kelompok kelas atas (> 300 USD). Adapun, dilihat dari wilayah tempat tinggalnya, mayoritas konsumen ojek daring berada di wilayah kota besar, seperti Jabodetabek, Surabaya dan Bandung. Data menunjukkan bahwa 59,5 persen konsumen ojek daring berada di Jabodetabek, 8,2 persen berada di Surabaya, dan 7,8 persen berada di Bandung. Sementara itu, untuk wilayah lainnya masing masing dibawah 7 persen.

Gambar 3.5. Distribusi Responden Berdasarkan Socioeconomic Status (SES)



Sumber: Peneliti, 2022.

3.2. Penggunaan Jasa Layanan Ojek Daring/Online

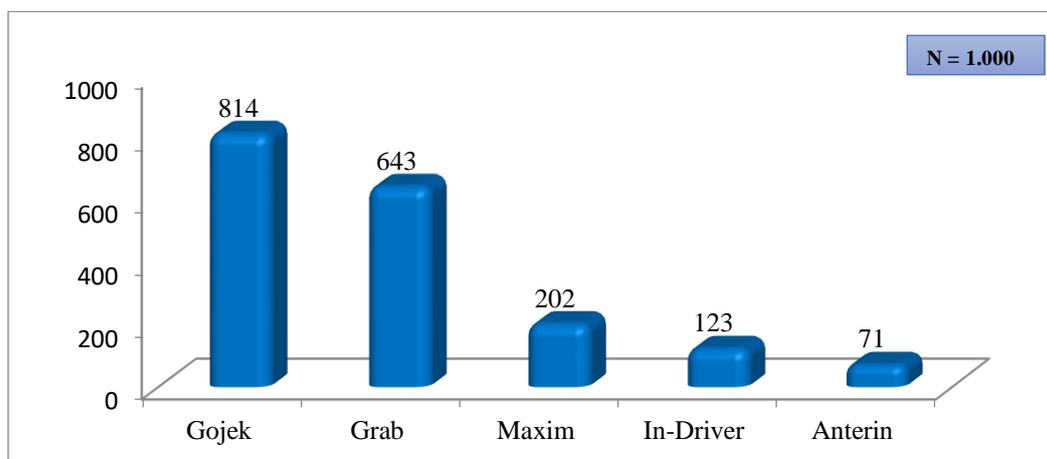
3.2.1 Intensitas Penggunaan Jasa Layanan Ojek Daring/ Online

Ojek daring telah menjadi pilihan utama masyarakat, khususnya di wilayah urban untuk melakukan perjalanan. Hal ini salah satunya dibuktikan melalui hasil survei konsumen ojek daring yang menunjukkan bahwa keseluruhan responden yang disurvei dalam satu bulan terakhir setidaknya pernah menggunakan jasa ojek online atau daring. Adapun, terdapat

beberapa alternatif pilihan penyedia jasa transportasi daring yang digunakan seperti Gojek, Grab, In-Driver, Maxim dan lain sebagainya.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa jasa layanan ojek daring yang paling banyak digunakan dalam satu bulan terakhir adalah Gojek yang digunakan oleh 814 responden; diikuti oleh Grab yang digunakan oleh 643 responden; Maxim yang digunakan oleh 202 responden; In-Driver yang digunakan oleh 123 responden dan Anterin yang digunakan oleh 71 responden.

Gambar 3.6. Penggunaan Jasa Transportasi Daring/Online



Sumber: Peneliti, 2022

Secara umum, masyarakat atau konsumen menggunakan jasa ojek online untuk berbagai keperluan seperti untuk pemesanan makanan, pengiriman barang, bepergian (mobilitas), pemesanan kebutuhan sehari-hari dan lain sebagainya. Namun, dari masing-masing penggunaan memiliki intensitas yang berbeda-beda.

Pada keperluan pemesanan makanan, menunjukkan bahwa dalam seminggu, dari 1.000 responden yang disurvei 172 responden (17,2 persen) diantaranya menyatakan sangat sering menggunakan ojek online untuk pemesanan makanan; 364 responden (36,4 persen) menyatakan sering menggunakan ojek online untuk pemesanan makanan; 393 responden (39,3 persen) menyatakan pernah menggunakan ojek online untuk pemesanan makanan dan 71 responden (7,1 persen) menyatakan tidak pernah menggunakan ojek online untuk pemesanan makanan.

Pada keperluan transportasi roda dua/ojek online, menunjukkan bahwa dalam seminggu, dari 1.000 responden yang disurvei 156 responden (15,6 persen) diantaranya menyatakan sangat sering menggunakan transportasi roda dua/ojek online; 319 responden

(31,9 persen) menyatakan sering menggunakan transportasi roda dua/ojek online; 494 responden (49,4 persen) menyatakan pernah menggunakan transportasi roda dua/ojek online dan 31 responden (3,1 persen) menyatakan tidak pernah menggunakan transportasi roda dua/ojek online.

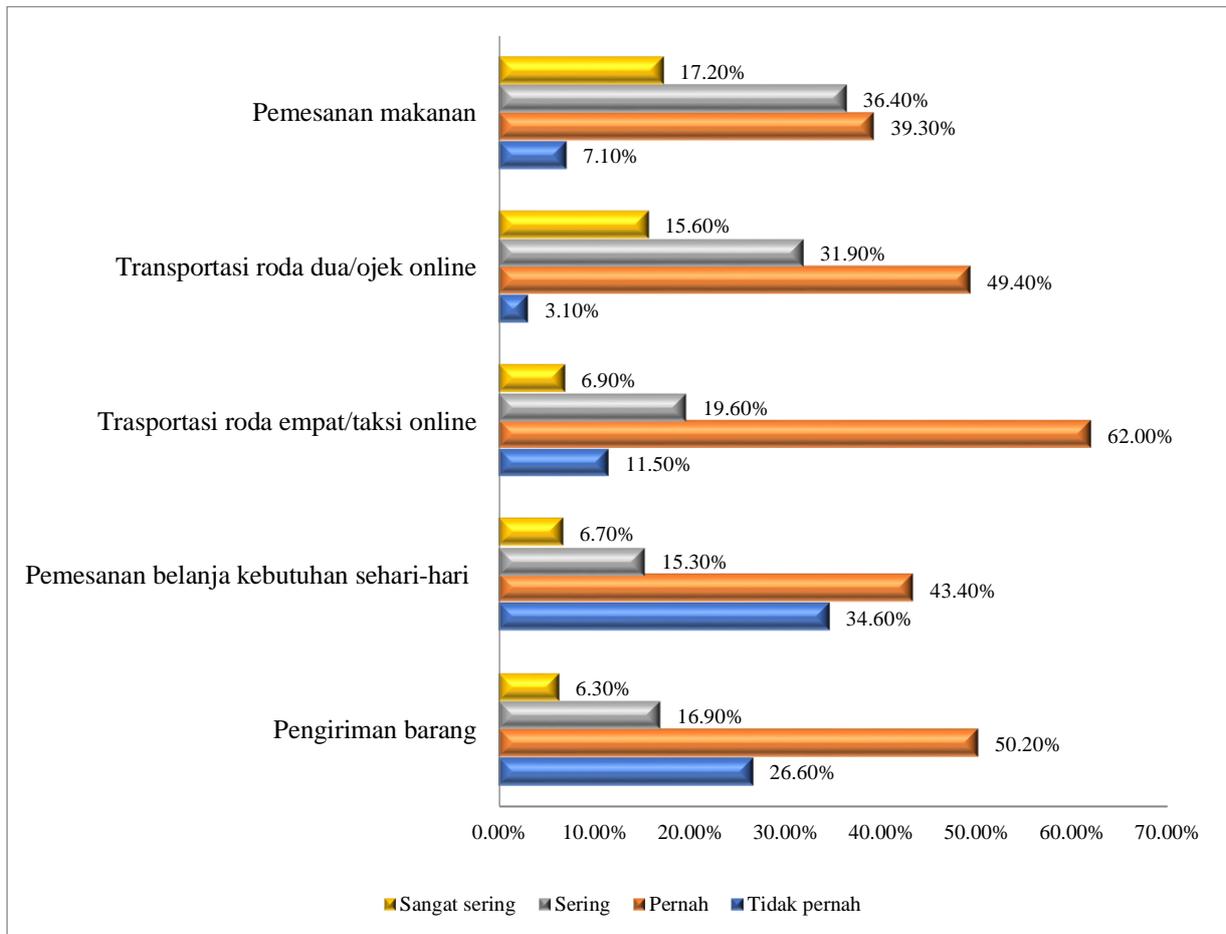
Pada keperluan transportasi roda empat/taksi online, menunjukkan bahwa dalam seminggu, dari 1.000 responden yang disurvei 69 responden (6,9 persen) diantaranya menyatakan sangat sering menggunakan transportasi roda empat/taksi online; 196 responden (19,6 persen) menyatakan sering menggunakan transportasi roda empat/taksi online; 620 responden (62 persen) menyatakan pernah menggunakan transportasi roda empat/taksi online dan 115 responden (11,5 persen) menyatakan tidak pernah menggunakan transportasi roda empat/taksi online.

Pada keperluan pemesanan belanja kebutuhan sehari-hari, menunjukkan bahwa dalam seminggu, dari 1.000 responden yang disurvei 67 responden (6,7 persen) diantaranya menyatakan sangat sering menggunakan ojek online untuk belanja kebutuhan sehari-hari; 153 responden (15,3 persen) menyatakan sering menggunakan ojek online untuk belanja kebutuhan sehari-hari; 434 responden (43,4 persen) menyatakan pernah menggunakan ojek online untuk belanja kebutuhan sehari-hari dan 346 responden (34,6 persen) menyatakan tidak pernah menggunakan ojek online untuk belanja kebutuhan sehari-hari.

Pada keperluan pengiriman barang, menunjukkan bahwa dalam seminggu, dari 1.000 responden yang disurvei 63 responden (6,3 persen) diantaranya menyatakan sangat sering menggunakan ojek online untuk pengiriman barang; 169 responden (16,9 persen) menyatakan sering menggunakan ojek online untuk pengiriman barang; 502 responden (50,2 persen) menyatakan pernah menggunakan ojek online untuk pengiriman barang dan 266 responden (26,6 persen) menyatakan tidak pernah menggunakan ojek online untuk pengiriman barang.

Dengan demikian, berdasarkan pada uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk intensitas sangat sering paling banyak penggunaan jasa ojek online untuk keperluan pemesanan makanan dan transportasi roda dua/ojek online. Sementara itu, keperluan yang paling jarang menggunakan transportasi online adalah untuk keperluan pengiriman barang dan pemesanan belanja kebutuhan sehari-hari.

Gambar 3.7. Intensitas Penggunaan Jasa Ojek Daring/Online Untuk Beberapa Kebutuhan



Sumber: Peneliti, 2022

3.2.2. Alasan Penggunaan Jasa Ojek Daring/Online

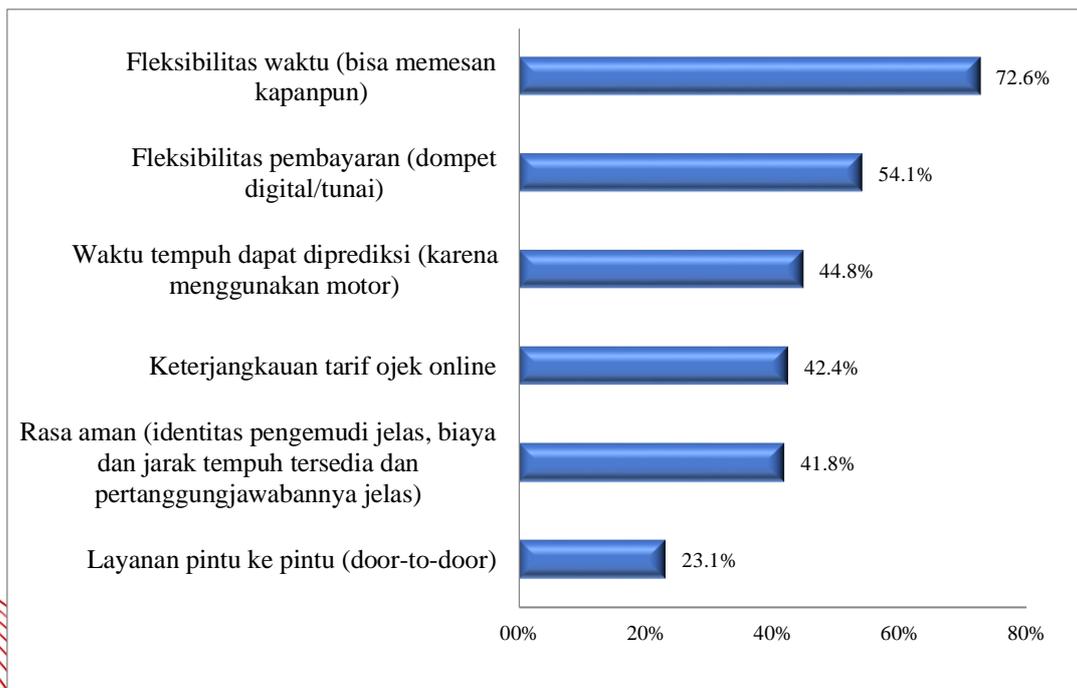
Secara umum, terdapat beberapa alasan yang membuat konsumen menggunakan jasa ojek online, seperti fleksibilitas waktu, fleksibilitas metode pembayaran (tunai atau daring), waktu tempuh dapat diprediksi, keterjangkauan tarif ojek daring, jaminan keamanan dan layanan pintu ke pintu (*door-to-door*). Adapun dari beberapa alasan tersebut, alasan utama konsumen menggunakan jasa ojek online adalah karena faktor fleksibilitas waktu. Dari 1.000 responden yang disurvei sebanyak 726 responden atau sekitar 72,6 persen menyatakan bahwa adanya fleksibilitas waktu, dimana konsumen dapat memesan dimanapun dan kapanpun menjadikan konsumen menggunakan jasa ojek online.

Selain faktor fleksibilitas waktu, faktor lain yang juga menjadi alasan untuk penggunaan jasa ojek daring adalah adanya fleksibilitas pembayaran, dimana dari 1.000

responden yang disurvei, sebanyak 541 responden (54,1 persen) diantaranya menyatakan bahwa adanya fleksibilitas pembayaran menjadikan konsumen menggunakan jasa ojek online. Seperti yang diketahui bersama, saat ini dalam menggunakan jasa ojek online, konsumen dapat menggunakan berbagai metode pembayaran baik itu menggunakan uang tunai maupun menggunakan dompet digital seperti GoPay, OVO, Dana, dan lain sebagainya.

Selain kedua alasan di atas, alasan lain yang juga membuat konsumen memilih jasa ojek online adalah waktu tempuh dapat diprediksi sebanyak 448 responden (44,8 persen), keterjangkauan tarif ojek daring sebanyak 424 responden (42,4 persen), jaminan keamanan sebanyak 418 responden (41,8 persen) dan layanan pintu ke pintu (*door-to-door*) sebanyak 231 responden (23,1 persen).

Gambar 3.8. Alasan Menggunakan Ojek Daring/Online



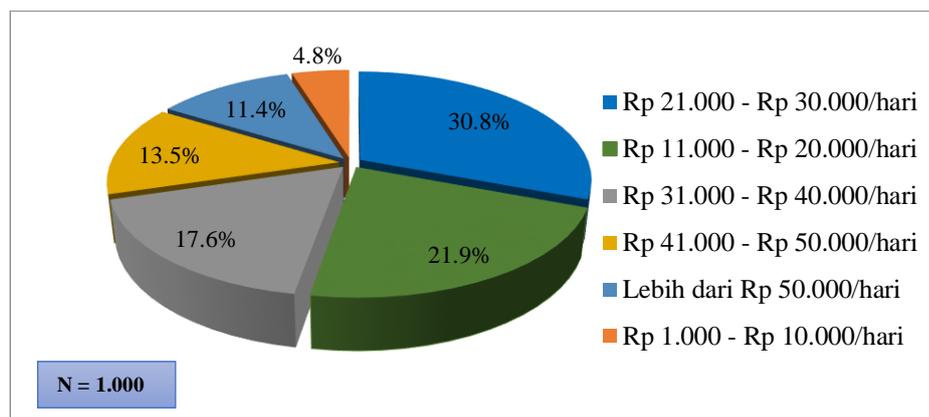
Sumber: Peneliti, 2022

3.2.3. Rata-rata Jarak Tempuh dan Penghematan Pengeluaran untuk Ojek Online

Secara umum, mayoritas konsumen ojek online yang disurvei memiliki jarak tempuh ojek sehari-hari (Pulang-Pergi) dengan menggunakan ojek online 5-8 km/hari, yakni sebanyak 333 responden; diikuti jarak tempuh 9-12 km/hari sebanyak 231 responden (23,1 persen); 1-4 km/hari sebanyak 199 responden (19,9 persen); 13-16 km/hari sebanyak 114 responden (11,4 persen); 17-20 km/hari sebanyak 69 responden (6,9 persen); dan lebih dari 20 km/hari sebanyak 54 responden (5,4 persen).

Sementara itu, dilihat dari pengeluaran per hari untuk berojek menggunakan ojek online, mayoritas konsumen memiliki pengeluaran/hari sebesar Rp21.000,00 - Rp30.000,00 /hari, yaitu sebanyak 308 responden (30,8 persen); diikuti pengeluaran/hari sebesar Rp11.000,00 – Rp20.000,00/hari, yaitu sebanyak 219 responden (21,90 persen).

Gambar 3.9. Pengeluaran Harian Untuk Penggunaan Ojek Daring/Online



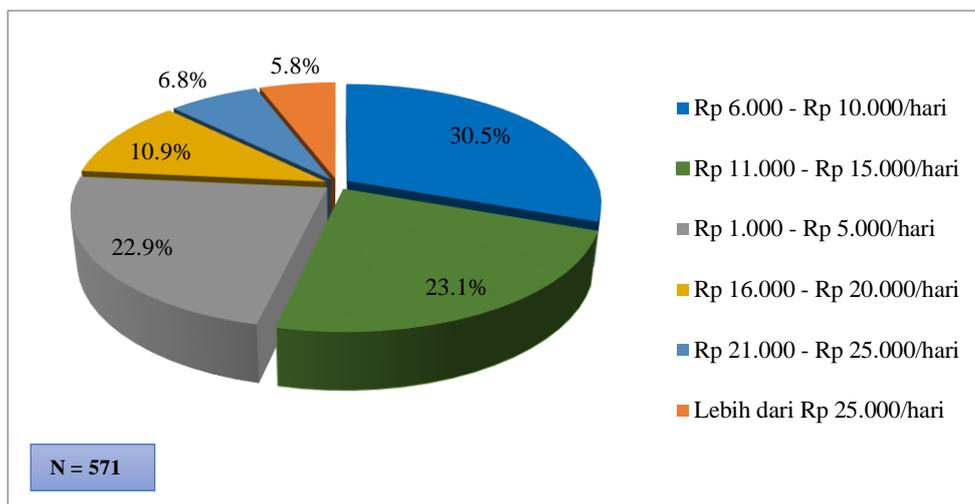
Sumber: Peneliti, 2022

Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 571 responden (57,1 persen) menyatakan bahwa dengan penggunaan ojek online dapat menghemat biaya transportasi mereka dibandingkan dengan moda transportasi yang digunakan sebelumnya. Rata-rata penghematan sebesar Rp 11.200/hari atau sekitar 31% dari total pengeluaran untuk transportasi jika tidak menggunakan jasa ojek daring.

Adapun, sebanyak 174 responden (30,47 persen) diantaranya menyatakan bahwa besaran penghematan biaya per hari dengan menggunakan ojek online (PULANG-PERGI) adalah sebesar Rp6.000,00 – Rp10.000,00/hari; 132 responden (23,12 persen) menyatakan penghematan biaya per hari sebesar Rp11.000,00 – Rp15.000,00/hari; 131 responden (22,94 persen) menyatakan penghematan biaya per hari sebesar Rp1.000,00 – Rp5.000,00/hari; 62

responden (10,86 persen) menyatakan penghematan biaya per hari sebesar Rp16.000,00 – Rp20.000,00/hari; 39 responden (6,83 persen) menyatakan penghematan biaya per hari sebesar Rp21.000,00 – Rp25.000,00/hari; dan 33 responden (5,78 persen) menyatakan penghematan biaya per hari lebih dari Rp25.000,00/hari.

Gambar 3.10. Besaran Penghematan Biaya Ojek Daring

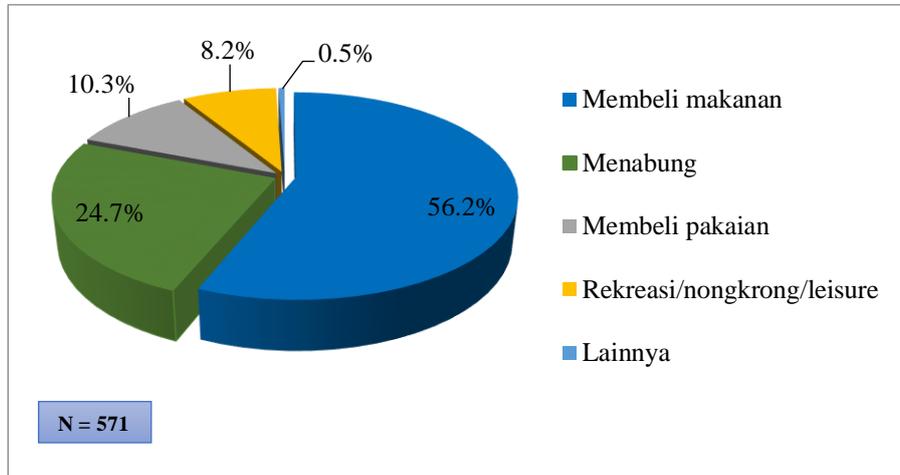


Sumber: Peneliti, 2022

Penghematan tersebut tidak hanya disebabkan oleh rendahnya tarif jasa layanan ojek daring, tetapi juga karena konsumen tidak perlu untuk membayar biaya tambahan seperti biaya parkir, biaya masuk kendaraan, maupun BBM. Adanya penghematan biaya ojek online tersebut, maka sebagian besar konsumen dapat menggunakan atau mengalokasikan pengeluaran lebih banyak untuk komoditas atau keperluan lain seperti pengeluaran untuk membeli makanan (baik secara kualitas maupun kuantitas); menabung; membeli pakaian; keperluan rekreasi/nongkrong/leisure; dan lain sebagainya.

Adapun dari beberapa alokasi tersebut, **sebanyak 321 responden (56,22 persen) memilih untuk mengalokasikan penghematan biaya ojek online untuk membeli makanan yang lebih baik secara kualitas maupun lebih banyak secara kuantitas.** Sementara itu, **sebanyak 141 responden (24,69 persen), memilih mengalokasikannya untuk menabung;** 59 responden (10,33 persen) memilih mengalokasikannya untuk membeli pakaian; 47 responden (8,23 persen) memilih mengalokasikan untuk rekreasi/nongkrong/leisure dan 3 responden (0,53 persen) memilih mengalokasikannya untuk keperluan lain seperti uang jajan anak, membeli rokok dan lain sebagainya.

Gambar 3.11. Alokasi Penghematan Biaya Ojek Daring/Online



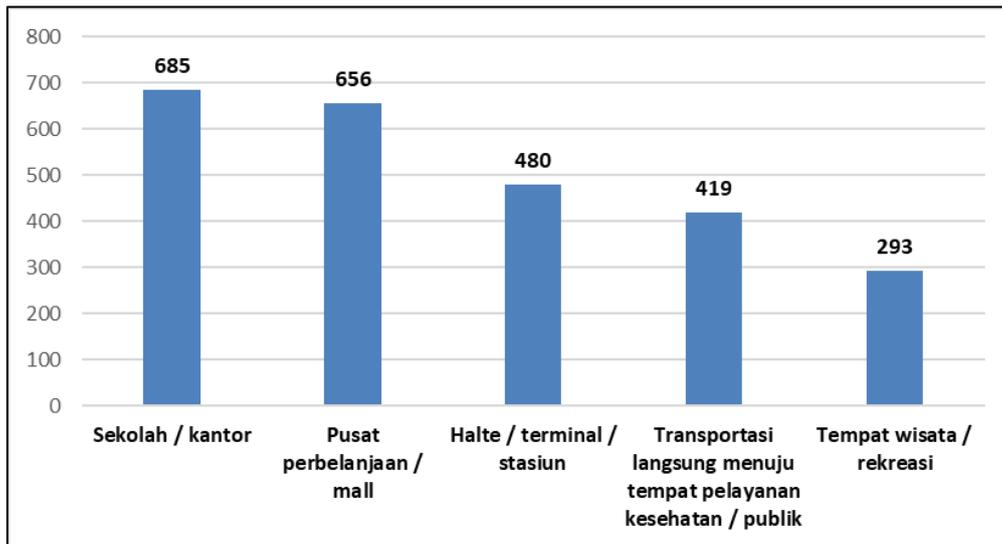
Sumber: Peneliti, 2022

3.3. Peran Jasa Transportasi Daring Sebagai Pembantu (*Feeder*) Transportasi Umum

Jasa layanan ojek daring menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat sebagai alat transportasi publik. Mayoritas konsumen menggunakan layanan tersebut untuk menuju ke tempat produktif seperti sekolah, tempat kerja dan pusat perbelanjaan. Disamping itu, tidak sedikit konsumen yang menggunakan jasa ojek daring sebagai *feeder* bagi transportasi umum lain yang digunakan seperti bus, kereta, ataupun angkutan umum.

Gambar di bawah menunjukkan bahwa sebanyak 685 responden atau 68,5 persen responden menggunakan jasa ojek daring untuk menuju ke sekolah atau kantor. Kemudian, sebanyak 65,6 persen menggunakannya untuk mengunjungi pusat perbelanjaan dan 48 persen menggunakan sebagai *feeder*. Dibandingkan dengan temuan survei yang sama di tahun 2019, penggunaan ojek daring sebagai *feeder* relatif lebih tinggi di tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa ojek daring berpotensi menjadi komplemen bagi transportasi umum, terutama di kota-kota besar.

Gambar 3.12. Destinasi yang Dituju Menggunakan Ojek Daring



Sumber: Peneliti (2022)

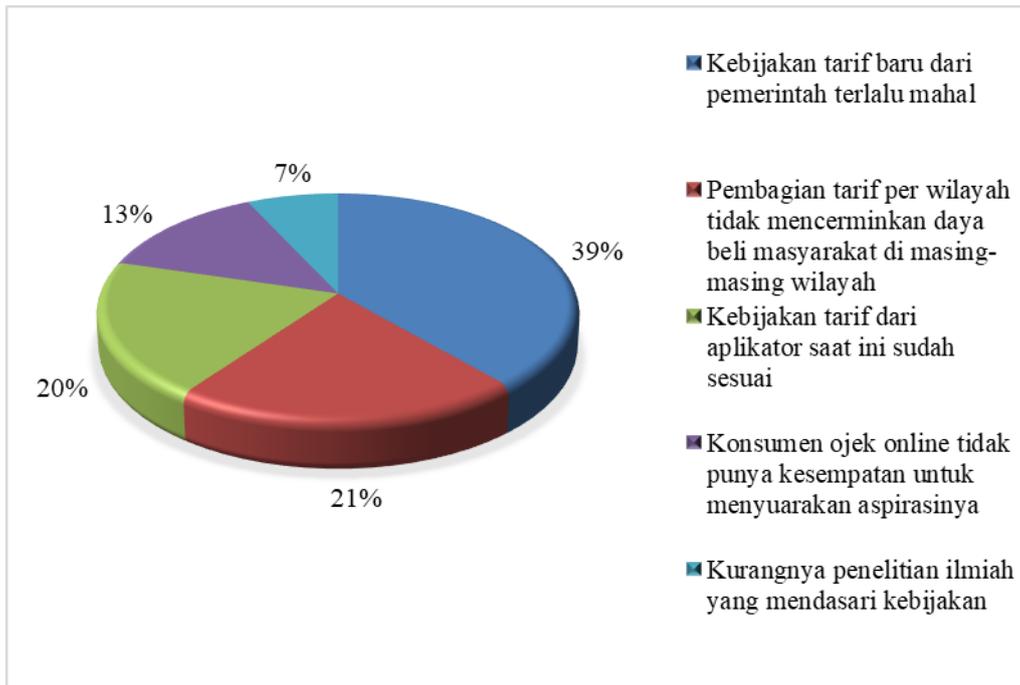
3.4. Dampak Peningkatan Tarif Layanan Ojek Daring terhadap Persepsi Konsumen Ojek Daring

3.4.1. Respon Konsumen terhadap Aturan Tarif Minimum

Melalui Keputusan Menteri Perhubungan (Kepmenhub) Nomor 564 Tahun 2022 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan Dengan Aplikasi, pemerintah bertujuan untuk kembali meningkatkan batas tarif minimum dan tarif per kilometer untuk jasa layanan ojek daring. Dari survei ini, peneliti menemukan bahwa jumlah responden yang telah mengetahui tentang adanya aturan baru tersebut relatif sedikit yaitu sebanyak 67,20 persen responden. Ini menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai aturan ini relatif belum maksimal.

Kemudian, seluruh responden ditanya apakah setuju jika tarif naik sebesar kurang lebih 30% hingga 60% sebagaimana yang tercantum dalam Permenhub Nomor 564 Tahun 2022. **Sebanyak 58,80 persen tidak setuju dengan adanya kenaikan tarif sebesar tersebut. Mayoritas berpendapat bahwa kebijakan tarif baru dari pemerintah terlalu mahal (39 persen), batasan tarif per zona tidak mencerminkan daya beli masyarakat di masing-masing wilayah (21 persen), dan kebijakan tarif dari aplikasi saat ini sudah sesuai (20 persen).**

Gambar 3.13. Alasan Konsumen Menolak Aturan Tarif Minimum Baru



3.4.2. Tambahan Biaya yang Bersedia Dibayar (*Willingness to Pay*)

Terkait persepsi terhadap adanya tambahan biaya, ditemukan bahwa sebanyak 20,30 persen responden menolak memberikan tambahan biaya untuk layanan ojek online untuk setiap perjalanannya dan sebanyak 74,10 persen hanya mau memberikan tambahan biaya sebesar Rp 500 – Rp 3.000 untuk setiap perjalanan yang dilakukan menggunakan layanan ojek daring. Dari segi tambahan biaya per hari, sebanyak 21,90 persen menolak memberikan tambahan biaya untuk layanan ojek online yang digunakan per hari. Kemudian sebanyak 75,80 persen hanya mau memberikan tambahan biaya sebesar Rp 1.000 – Rp 20.000 per hari. Di sisi lain, tambahan tarif sebagaimana yang tercantum pada Kepmen 564 Tahun 2022 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan Dengan Aplikasi mencapai 30 persen – 60 persen dari tarif per kilometer dan tarif minimum yang lama. Berdasarkan perbedaan antara besaran kesediaan membayar biaya tambahan dari konsumen dan kenaikan tarif baru, peneliti mencoba memproyeksi tambahan biaya yang benar akan dihadapi oleh konsumen.

Proyeksi dilakukan berdasar pada jarak tempuh perjalanan per hari, lokasi tempat tinggal dan besaran tarif minimum yang baru yang dihadapi konsumen. Sebagai catatan, besaran tarif yang digunakan dalam proyeksi ini bukan tarif minimum murni dari Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 564 Tahun 2022, melainkan besaran biaya yang telah ditambah

dengan 20 persen biaya sewa aplikasi. Adapun besaran tersebut adalah nilai yang sebenarnya harus dibayar oleh konsumen. Berikut rincian tarif tersebut:

Tabel 3.1. Batasan Tarif Baru

Zona	Kepmen No. 564/2022			Tarif yang diterima Konsumen		
	Batas Bawah	Batas Atas	Tarif Minimal	Batas Bawah	Batas Atas	Tarif Minimal
Zona I (Jawa Non-Jabodetabek, Sumatera, Bali)	1,850	2,300	9,250 - 11,500	2,313	2,875	11,563 - 14,375
Zona II (Jabodetabek)	2,600	2,700	13,000 - 13,500	3,250	3,375	16,250 - 16,875
Zona III (Wilayah Lainnya)	2,100	2,600	10,500 - 13,000	2,625	3,250	13,125 - 16,250

Sumber: Peneliti (2022)

Rata-rata jarak perjalanan secara umum adalah sebesar 9km per hari. Adapun di setiap zona secara berurutan zona I, zona II, dan zona III, rata-rata jarak perjalanan adalah sebesar 8km per hari, 10km per hari, dan 10km per hari. Dengan jarak tersebut, **rata-rata nilai pengeluaran untuk menggunakan jasa ojek daring dengan tarif saat ini adalah sebesar Rp 24.000 per hari.** Di zona I, rata-rata pengeluaran saat ini untuk ojek daring adalah sebesar Rp 19.500 per hari. Di zona II dan III berturut-turut adalah Rp 27.000 per hari dan Rp 26.400 per hari. Dari kedua informasi ini, dapat diperkirakan bahwa sekitar Rp 4.000 per hari. Di zona I, II, dan III masing-masing adalah Rp 3.600 per hari, Rp 4.500 per hari, dan Rp 4.200 per hari.

Di sisi lain, konsumen memiliki preferensi tentang besaran biaya tambahan yang bersedia mereka bayarkan. **Berdasarkan besar tambahan biaya yang bersedia dibayar oleh responden dan perbandingannya dengan kenaikan pengeluaran yang akan dihadapi responden apabila ada kenaikan batas tarif per kilometer dan tarif minimum ojek daring ditemukan bahwa sebanyak 73,8% responden ingin kebijakan tarif minimum ini dikaji ulang karena kerelaan membayar biaya tambahan atau *willingness to pay* yang relatif lebih rendah daripada kenaikan tarif.** Jika diklasifikasi per zona wilayah, penolakan tertinggi terdapat di zona II (Jabodetabek) dengan tingkat penolakan sebesar 76,97 persen. Di zona I, tingkat penolakan sebesar 69,19 persen dan di zona III sebesar 68,18 persen. Lebih lanjut, sebanyak 68 persen responden yang ingin kebijakan tarif minimum dikaji ulang merupakan kelompok masyarakat menengah ke bawah, dimana mayoritas (58 persen) berdomisili di zona II (Jabodetabek).

Adapun *willingness to pay* biaya tambahan untuk tarif jasa ojek daring dari konsumen yang menolak kebijakan kenaikan tarif adalah sebesar Rp 1.500 per hari atau hanya sekitar 4 persen dari total pengeluaran saat ini. Jika diklasifikasi per zona wilayah, *willingness to pay* biaya tambahan untuk zona I adalah 5 persen dari

pengeluaran saat ini, zona II adalah 4 persen dan zona III adalah 4,5 persen. Dari ketiga zona tersebut dapat dilihat bahwa zona II memiliki tingkat *willingness to pay* untuk biaya tambahan ojek daring yang paling rendah. Apabila tarif ojek daring tetap naik, maka sebanyak 53,30 persen konsumen akan kembali menggunakan kendaraan pribadi. Hal ini tentu akan berdampak terhadap kemacetan di jalan raya.

REFERENSI

- LD FEB UI. 2021. *Kontribusi Ekosistem Gojek dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Masa Pandemi 2020 – 2021*. Jakarta: LD FEB UI
- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta